

## ABSTRAK

Dunia bisnis sekarang sudah berkembang sangat pesat, hal ini tentunya ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis termasuk bisnis garmen. Levi Strauss and Co Grand City Surabaya mempunyai letak yang strategis, produk dengan kualitas bagus dan kegiatan promosi yang baik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Levi Strauss and Co Grand City Surabaya.

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan , menentukan harga , mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Untuk mendapatkan kebenaran ilmiah dalam hal ini diperlukan adanya metode penelitian , sedangkan teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data subyek yang diperoleh dari data primer.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi, promosi, dan proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi  $\infty \leq 5\%$ . Pihak outlet diharapkan untuk lebih meningkatkan lagi kualitas produk, kualitas promosi , kenyamanan lingkungan , proses pelayanannya serta memperhatikan daftar harga agar konsumen menjadi tertarik untuk memutuskan pembelian pada Levi Strauss and Co Grand City Surabaya.

**Kata kunci** : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Proses, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*The business world is now growing very rapidly, this is certainly marked by the increasing level of competition in the business world, including the garment business. Levi Strauss and Co Grand City Surabaya has a strategic location, good quality products and good promotional activities. The purpose of this study was to determine the effect of the marketing mix on purchasing decisions at Levi Strauss and Co Grand City Surabaya. Marketing is the whole system of business activities shown to plan, determine prices, promote and distribute goods and services that can satisfy consumers. The population used in this study was 97 respondents. To get scientific truth in this case there is a need for research methods, while the sampling technique uses Purposive Sampling methods. Data collection techniques used are subject data obtained from primary data. The results of this study indicate that the product, price, location, promotion, and process affect the purchasing decision with a significance level of  $\leq 5\%$ . The outlet is expected to further improve product quality, promotion quality, environmental comfort, service processes and pay attention to price lists so that consumers become interested in deciding on purchases at Levi Strauss and Co Grand City Surabaya.*

*Keywords: product, price, location, promotion, process, purchase decision*